

北米最大規模の住宅設備機器国際見本市 「KBIS 2024」に出展

～壁掛けトイレの最高峰モデル「NEOREST WX」北米初展示～

TOTO株式会社(本社:福岡県北九州市、社長:清田 徳明)は、**北米最大規模のキッチン・浴室・水まわり設備の国際見本市「Kitchen & Bath Industry Show 2024(以下KBIS)」[2024年2月27日(火)～2月29日(木)^{※1}]へ出展します。**

「KBIS」は、キッチン・浴室・水まわり設備業界の新商品、テクノロジー、トレンドを全米に広く紹介する歴史ある見本市です。1964年より開催され、今年で60周年を迎えました。TOTOは1992年より出展し、今回で32回目となります。

今年もコーポレートメッセージ「Life Anew^{※2}」のもと“、2020年より継続して発信している展示会コンセプト「TOTO CLEANOVATION^{※3}」を掲げ、「TOUCHLESS(非接触)」、「WASHLET^{※4}」、「CLEAN SYNERGY」の3つの価値を、テクノロジーと洗練されたデザインが融合したオリジナリティ溢れる商品・展示でお伝えます。

今回は2023年3月に欧州で発表した、壁掛けトイレの最高峰モデル「NEOREST WX」の米国初展示に加え、年々出荷台数が大幅に伸長している(P.4ご参照)ウォシュレットに一体形便器(タンク式)の新商品G5Aモデルを追加、品揃えを強化しました。

新設のサステナビリティコーナーでは、TOTO商品を使うことでカーボンニュートラルに貢献しながら実現する新しいライフスタイルを提案します。

TOTOはこれからも、環境に配慮しながら快適さを追求した水まわり商品を世界各地で発信していきます。

※1: 北米西海岸現地時間

※2: TOTOグループの世界共通のコーポレートメッセージ“あしたを、ちがう「まいにち」に。”の英語表記として、2017年10月に追加したものです。

※3: 衛生・清潔への意識が高まる中、「CLEAN」と「INNOVATION」を組み合わせ作成した造語

※4: 「ウォシュレット」および「WASHLET」は、TOTO 株式会社の登録商標です。



「KBIS 2024」TOTOブース(イメージ)

上記写真の高解像度データは、下記URLの当該ニュースリリースよりダウンロードいただけます。
<https://jp.toto.com/company/press/>

概要

展示会名……………Kitchen & Bath Industry Show 2024

会期……………2024年2月27日(火)～2月29日(木)

会場……………Las Vegas Convention Center

TOTOブース……面積＝約650㎡

<ご参考>

■KBIS2023 (2023年1月31日～2月2日)

出展企業…500社

■KBIS2022 (2022年2月8日～2月10日)

出展企業…97社 (リアルとデジタル併催)

展示内容紹介 (コーナー別)

「NEOREST」～Pure Luxury～

このコーナーでは、「NEOREST」のブランドメッセージ“Pure Luxury”の世界観を表現した動画や、グローバル統一モデルの NEOREST シリーズを一斉展示。機能とデザインを融合した最上位クラスのバスルーム空間「NEOREST COLLECTIONS^{※5}」の展示では、NEOREST フラッグシップモデル「NEOREST NX」を中心に、究極のリラクゼーションを追求する画期的な浴槽「FLOTATION TUB」、水はねの少ない水を柱のようなシャワー水流で体を水の膜で包み込み体の芯まで温めるシャワー「WARM SPA」を組み合わせ、“Life Anew”を体現する上質なライフスタイルを提案します。



「Pure Luxury」とNEORESTシリーズ(イメージ)



「NEOREST COLLECTIONS」の空間展示(イメージ)

【米州・新商品】NEOREST WX



reddot winner 2023

壁掛けトイレの最高峰モデルNEOREST WXのデザインコンセプトは、「人を受け入れる優しい形」。権威あるデザイン賞でも高い評価を得ています。さらに美しく、安らぎ、癒しをバスルームにもたらしめます。



NEOREST WX

「CLEANOVATION」

<技術>

TOTOの独自のクリーン技術と共に、清潔機能のシナジー効果である「CLEAN SYNERGY」を紹介。「汚れを浮かせる」(PREMIST)・「汚れを滑らせる」(CEFIONTECT^{※6})・「汚物をきれいに流しきる／お掃除ラクラク」(TORNADO FLUSH／RIMLESS)・「菌を抑制する」(EWATER+／日本名:きれい除菌水^{※7})といった技術のポイントを動画と搭載実機を通じてわかりやすくお伝えします。

※5: NEOREST COLLECTIONS サイト <https://www.toto.com/jp/neorestcollections/index.htm>

※6: 従来の釉薬上に純度の高いガラス層を均一に形成し、100万分の1mmのナノレベルで便器内部表面を滑らかにするTOTO独自開発の防汚技術。

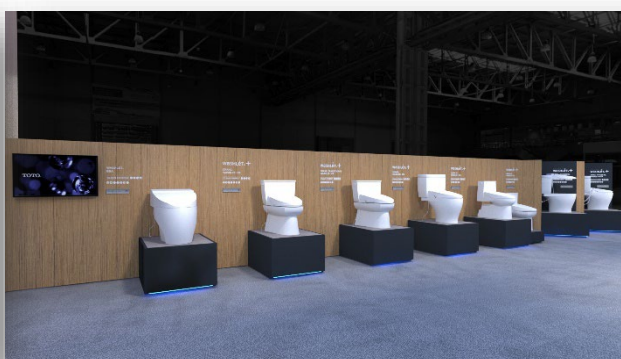
※7: 水に含まれる塩化物イオンを電気分解して作られる、除菌成分(次亜塩素酸)を含む水。

<WASHLET+>

また、このシナジー効果を発揮する「WASHLET+」は節水大便器と TOTO オリジナル機能を多数搭載した「WASHLET」の組み合わせで得られる機能効果だけでなく、組み合わせによるシームレスなデザインも特徴の海外向けコンセプト商品です。



TOTOの技術のシナジー効果をわかりやすく展示(イメージ)



節水大便器とウォシュレットの組み合わせ「WASHLET+」(イメージ)

Sustainability

TOTOグループでは2030年に「持続可能な社会」、「きれいで快適・健康な暮らし」の実現を目指し、新共通価値創造戦略「WILL2030」を策定しました。以来グローバルで「きれいと快適」、「環境」、「人とのつながり」をマテリアリティとして、サステナビリティ経営を推進してきました。米州事業エリアのお客様にTOTOの企業姿勢、歴史、取組みを具体的にお伝えするためにサステナビリティコーナーを新設しました。



Sustainabilityコーナーの入り口(イメージ)

パブリック空間／IoTシステム

米州事業地域では早くから空港をはじめとする多くの人々が使用するパブリックトイレにおいて、機能性の高い節水便器や電源不要・発電タイプのEco Power®水栓(日本名:アクアオート)が高く評価され、多数の施設に採用されています。本展示会では、さらに設備管理の効率化を実現するIoTシステムの展示を充実させ、空港・商業施設、オフィスビル等のパブリック空間への提案を強化します。



パブリック空間向け商品の展示(イメージ)

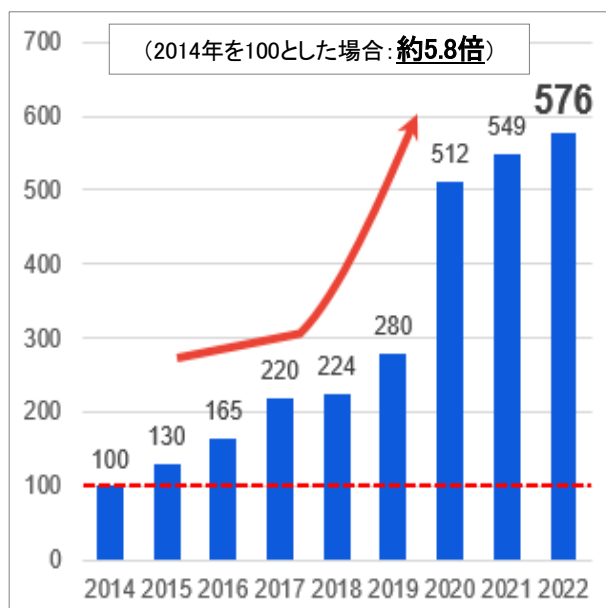
米州事業トピックス | ウォシュレット販売好調

ウォシュレットは1980年代後半から米国用モデルを発売し、認知拡大を続けてきました。現在も水まわり商品を取り扱う業者(Kitchen and Bath shop)への提案、展示採用を推進しています。

2017年以降はE-コマースなどへの販路拡大をおこない、コロナ禍の更なる伸長から、毎年安定的に販売台数を増やしています。

今後も米州市場向けの新商品を投入し、品揃えを増強、プロモーションを強化していきます。

米州事業 | ウォシュレット出荷台数推移



※2014年実績を100とした場合
※ウォシュレット一体形便器の台数も含まれます

【米州・新商品】ウォシュレット一体形便器 (タンク式) G5A



新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030

きれいと快適



環境



人とのつながり



「環境・社会的価値」と「経済価値」を同時に実現する新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030では、「きれいと快適」「環境」「人とのつながり」を取り組むべき重要課題「マテリアリティ」としてサステナビリティ経営を強化し、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」にも貢献していきます。

<https://jp.toto.com/company/profile/philosophy/managementplan>